

創立70周年  
インタビュー

## 村山 和雄氏

(村山鋼材社長)

### CC業界のパイオニア

村山鋼材は今年10月、創立70周年を迎えた。先代の村山文雄氏が東京都大田区で店を立ち上げ、1952年に前身の村山鋼材シャーリングを設立。文雄氏が開発したレベラーは国内第1号の設備として稼働、コイルセンター業界のパイオニアとして確固たる地位を確立し発展を遂げてきた。現社長で2代目の和雄氏は浦安工場を中心とした加工拠点の再構築に取り組み、藤澤鋼板（藤澤鐵雄社長）との協業というオーナー企業

のが、国内第1号となるレベラーインだった。当社は1958年に富士製鉄の指定シャーとなり、60年にNKKの指定工場となった。59年には三菱商事の特約店になっている。レベラーライン誕生を機に商売は大きく発展していった。その後もホットコイルのショットブラストや、厚板のショット・プライマー塗装など新たな加工手段を開拓した。

同士の新たな連携という画期的なコイルセンターの在り様を示して見せた。また環境対応を意識して、牛久での太陽光発電事業に乗り出すなど、会社を更なる高みへと導いた。今回大きな節目を迎えるにあたり、村山社長にインタビューした。

——村山といえばジャンボカットイングリライン（JCL）ですが、平成時代にはJCL2、JCL3が浦安工場で完成、さらに加工対応力を強化されました。ホットコイルの残留内部応力を抑えるため、先代は大型レベラーによる鋼板の塑性調整など特殊技術開発に挑んだ。74年に初号機が稼働を開始したが、歪みやねじれの発生を解消し、平坦度の優れた高品質製品を提供できるようになっていった。私はまだ阪和興業で修業中だったが、初号機立ち上げ時は

## 国内第1号レベラーで商売発展

### 顧客と共にトップクオリティを

70周年を迎えた心境は？  
創業社長である村山文雄が前身の村山鋼材シャーリングを設立した当時は、戦後の日本が復興過程にあり

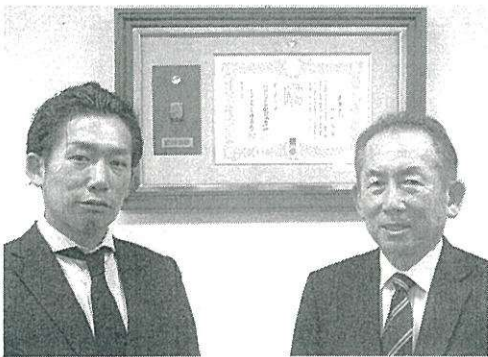
た先人の方々、社員のお陰だ。深く感謝している。当社も世代交代が進み、創業社長を知る人間が少なくなつた。それだけ歴史を重ねたともいえ、隔世の感がある。

——コイルセンターの歴史を語るうえで、御社がホットコイルのレベラー加工に先鞭をつけたことは欠かせません。

昔は製鉄メーカー内に設置された高額なレベラーでコイルは剪断加工されていた。高炉が外部に加工させることはなかったのだ。先代は当時の富士製鉄・室蘭製鉄所に見学に行つた時に、発生コイルが山と積まれているのを見て、それを何とか自分のところで剪断できないかと思案した。それから2日ばかりで所内のレベラー設備をスケッチし、そのイメージを機械メーカーに伝え作らせた

——会社の節目の折々で命運を握る決断をされていますね。50周年の時は系列の羽田スチールセンターを吸収合併し、村山グループの再構築に取り組んだ。60周年の時は藤澤鋼板と協業を締結し設備集約と相互の機能補完を行っている。

JCLも同様な頃に浦安工場に移設するなどし、拠点運用を抜本的に見直した。東京工場周辺の環境問題と設備老朽化への対応が急務だったことが背景にあった。（6面に続く）



右が村山社長、左が村山執行役員

## 全社員の成長が重要な要素

——新たな一步を踏み出すにあたり、課題とするものは？

人材育成と活用、それから技術開発や設備更新が主な課題となる。人材育成については次世代リーダーの育成や、技術や技能継承がポイントだ。人材育成についてはW E Bを活用して定期的な外部セミナーへの参加が定着しており、社員の視野を広げるのに役立つ。ジョブローテーションも円滑に進めており、社員一人ひとりの適性を見極め配置するようにしている。会社のレベルを決めるのはトップだけでなく、個々の社員のレベルの高さにあると考えており、経営において人材活用を重視して取り組んでいる。技術開発においては、顧客の高度な要求に応えるため、加工技術や潜在需要の研究

により、他社との差別化を進めている。浦安工場の年間加工量は足元18万トだが、顧客ニーズを取り込むことで20万トを安定して加工できるようにする。当社のビジョンは「お客様とともに歩むトップクオリティを誇るコイルセンター」だが、その実現には社員全員の成長と幸福が伴わなければならない。ではトップクオリティとは何か。私としては製品品質はもちろんだが、個々の社員のスキル、チームワーク、組織人としての自覚や来客対応にいたるまでその要素になると考えている。お得意先とどう向き合うかは、全社ベースで取り組みにかかっているといえる。

——CSRや危機管理に対する取り組みも熱心に進めてこられました。

企業は収益を追求するだけの存在ではない。鉄鋼流通にとってのCSR

Rは実に幅広い。地域共生の一環で、当社では東京工場時代から地域の小中学生の社会見学を実施している。今でも多くの子供たちが浦安工場を訪れている。もの作りの現場への理解を深めてもらう意義は大きい。BCPについては社内に危機管理室を設置し、有事の安否確認や復旧手順を確立させている。2019年には大阪の三幸金属工業所(楠本雄宏社長)との緊急時の代替生産をテレビ番組で取り上げてもらったこともある。

——DXやSDGsの取り組みも本格化していますね。

こちらについては村山雄星執行役員が中心となって専門チームを編成して着手している。DXについては社内全体で課題をまとめデジタル化による業務効率化を加速させていく。

(康)

## 11月鉄筋価格は据置き

製鋼 共英  
円安進行でコストアップ必至

共英製鋼は11月の異形棒鋼の販売価格について全業所で前月比据え置きにする。

大幅な円安により合金鉄などの資材及びエネルギー源の多くを輸入に頼っているメーカーは、コストアップを避けられない状況。鉄スクラップは、海外からの引合減による輸出数量の減少は顕著であるが、国内での荷余り感はなく、市況も底堅い動きとなっている。こうしたことから据え置きとした。また、このような状況下、同社としては、契約条件の順守などの商慣習の見直しを今まで以上に徹底し、オーダー確度の向上に努めていく。

## 19万—19万5000円どころの展開

需要低迷で弾力的な対応に

関西のSP価格  
(大阪) 関西地区のスパライスパレットの価格はトン19万—19万5千円(SS400、置場、新規受注分)を安値寄りで推移している。製作者は新規受注が細り、数量確保からも価格面を含めて弾力的な対応をとってきていることによる。とくにユーザーから材料指定がない場合、電炉材やコイルカット

品を使用し、下値での受注に傾斜している。高炉材が高値で膠着しているだけに大きな下げはないが、弱基調の展開が続くそう。

S造建築は著名な都市再開発案件や大型物流倉庫がラッシュになっているが、中低層のビルや工場・店舗が低調。このためSP製作者は、一部の業者を除き多くの業者で新規受注が少なく、受注残も低水準となっている。一方、ゼネコンや建材商社などは鉄骨価格自体が頭打ちとなってきたり、鉄骨部材価格のさらなる上昇には神経質になっている。ここきて材料手当てにシビアになり、建築各部材の価格引下げを要望するケースが増えている。

SP製作者も材料面で電炉材やコイルカット品の値下がりから、高炉材との大きな格差、アドバンテージが生じ、弾力的な価格対応をとっている。業者筋は「一部の官庁案件などで高炉材の指定があるが、ほとんどの案件では高炉材の指定はない。収益を確保するため、電炉材やコイルカット品の使用が増えている」としている。ただ、SP製作者も受注価格を極端に下げると、自らの収益が縮小するだけに、製品価格の安値対応はほどほど。市況に大きな下げはないものの、ジリ安基調が続く。

■日鉄建材【人事】(11月1日付、部長)▽土木商品事業企画部長、土木プロジェクト営業部長兼務(エコパイル商品部長) 岡野